



# thij

Tourism and Hospitality  
International Journal

THIJOURNAL.ISCE.PT

**ISSN: 2183-0800**



Instituto Superior  
de Lisboa e Vale do Tejo



Departamento  
Turismo@ISCE

VOLUME 17 | NÚMERO 1 | SETEMBRO 2021 [28ª. EDIÇÃO]  
VOLUME 17 | NUMBER 1 | SEPTEMBER 2021 [28TH EDITION]  
VOLUMEN 17 | NUMERO 1 | SEPTIEMBRE 2021 [28ª EDICIÓN]

# POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O TURISMO EM ZONAS PERIFÉRICAS EM TEMPOS DE PANDEMIA (COVID-19): UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NO ALTO ALENTEJO

12

**Eva Milheiro**

VALORIZA, Instituto Politécnico de Portalegre; GOVCOPP, DEGEIT, Universidade de Aveiro; CITUR;

**João Emílio Alves**

VALORIZA, Instituto Politécnico de Portalegre; CIES-IUL

**Hugo Araújo**

Instituto Politécnico de Portalegre

**Carla Melo**

VALORIZA, CITUR, Instituto Politécnico do Porto

Milheiro, E., Alves, J. E., Araújo, H. & Melo, C.. (2021). Políticas públicas para o turismo em zonas periféricas em tempos de pandemia (COVID-19): um estudo exploratório no Alto Alentejo. *Tourism and Hospitality International Journal*, 17(1), 12-34.

## Resumo

O turismo é amiúde apontado como um setor estratégico no desenvolvimento dos territórios, pelo que as políticas públicas são cruciais, assumindo as organizações com responsabilidades no turismo um papel fundamental no planeamento, financiamento e incentivo ao desenvolvimento das comunidades por via do turismo. O Alto Alentejo é uma região periférica que sofre de diversos constrangimentos ao seu desenvolvimento. Impõe-se uma reflexão sobre o papel do turismo no desenvolvimento deste território e uma análise do impacto que a recente pandemia teve no setor durante a chamada primeira vaga. Recorrendo a dados e documentos oficiais, complementados com um estudo exploratório, este artigo pretende analisar o impacto que a pandemia teve nas empresas turísticas do Alto Alentejo e as respostas existentes por parte dos poderes públicos no sentido de atenuar as consequências da situação atual.

**Palavras-chave:** Turismo, Políticas públicas, Regiões periféricas, Planeamento, Covid-19

## Abstract

Tourism is often pointed out as a strategic sector for developing territories. For that matter, public policies are crucial, and the organisations that share responsibilities in tourism play a fundamental role in planning, financing and encouraging communities' development through tourism. Alto Alentejo is a peripheral region that suffers from several constraints to its development. It is imperative to reflect on the role of tourism in the development of this territory and analyse the impact that the recent pandemic had on the sector during the so-called first wave. This article aims to evaluate the pandemic's impact on the tourism businesses in Alto Alentejo and the public authorities' existing responses to mitigate the consequences of the current situation, using official data and documents complemented with an exploratory study.

**Keywords:** Tourism, Public policies, Peripheral regions, Planning, Pandemic, Covid-19

## 1. Introdução

O turismo é um dos setores que mais contribui para o desenvolvimento dos destinos e que merece ser alvo de especial atenção por parte das entidades com responsabilidades nos territórios onde se desenvolve.

A sua crescente importância económica está sobejamente documentada. Em 2019, o setor de turismo contribuiu com 10,3% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial e 28,3% das exportações globais de serviços. Nos últimos cinco anos, um em cada quatro novos empregos no mundo foi criado pelo setor de turismo (World Travel & Tourism Council, 2020b).

Não obstante os tempos difíceis e atípicos que estamos a viver devido à declaração de pandemia pela Organização Mundial de Saúde em março de 2020 (COVID-19), e que está a ter efeitos nefastos não apenas na saúde das pessoas, mas também na economia dos territórios, o turismo tem-se apresentado ao longo da sua história como um setor resiliente, capaz de recuperar de quedas acentuadas nos seus principais indicadores (Romagosa, 2020).

Há, porém, que ter em atenção que eventos extraordinários não controláveis pelos destinos poderão colocar em causa a sua atratividade (Estevão & Costa, 2020).

A ação do Estado, através de políticas públicas criadas para estimular o crescimento e desenvolvimento sustentável do setor turístico, revela-se crucial, principalmente em circunstâncias atípicas como a que assistimos e que colocam em causa a viabilidade das empresas do setor, e a consequente atratividade dos destinos.

O Alto Alentejo, sendo uma região periférica, fronteiriça, e sujeita a diversos constrangimentos ao seu desenvolvimento, enfrenta agora mais este desafio, com o cancelamento das reservas, fruto da interdição da fronteira terrestre com Espanha durante algum tempo, da limitação às deslocações por via aérea, da limitação imposta por diversos países nas viagens para Portugal e das medidas impostas pelo Governo que sendo essenciais à preservação da saúde pública são, contudo, críticas para as empresas.

O ano de 2020, que todas as previsões apontavam como o melhor de sempre do turismo português, assistiu a um decréscimo impensado e inesperado das chegadas, das taxas de ocupação e a uma quebra da produtividade das empresas com consequências dramáticas para os seus trabalhadores.

Após o término desta crise, prevê-se que o turismo não será mais o mesmo. O comportamento dos consumidores certamente alterar-se-á e estes procurarão destinos que lhes garantam uma segurança que vai para além das questões da criminalidade e do terrorismo e se centrarão nas respostas dos serviços de saúde dos destinos; as empresas enfrentarão um enorme desafio na adequação dos seus produtos e serviços, na segmentação dos seus mercados e na adequação das suas estratégias de comunicação; as autoridades públicas terão de melhorar as suas respostas ao nível da saúde pública, do conhecimento da evolução do setor do turismo (ao nível das dinâmicas e mercados) e das medidas de apoio financeiro e fiscal ao setor.

Destinos como o Alto Alentejo, poderão, porém, emergir desta crise apostando na sua singularidade, nos seus enormes espaços abertos que permitem um turismo não massificado, no seu património natural e histórico que permitirá captar segmentos de

mercado de nicho, bem como nas suas empresas de alojamento de pequena dimensão (Turismo em Espaço Rural (TER) e Alojamento Local (AL)) que possibilitam um tipo de turismo direcionado a pequenos grupos e que, portanto, poderá ser percecionado como mais seguro.

Neste artigo, para além de uma reflexão teórica em torno da importância das políticas públicas e do papel do Estado no desenvolvimento de territórios de baixa densidade e da caracterização do território do Alto Alentejo no que concerne à sua dinâmica turística nos últimos anos, pretendemos apresentar um estudo exploratório em torno de um conjunto de empresas diversificadas do setor, tentando perceber de que forma esta crise pandémica as afetou durante a chamada primeira vaga e que medidas desenvolveram de modo a permitir a retoma dos seus negócios.

Por outro lado, importa perceber de que forma as entidades nacionais e regionais estão a atuar no sentido de apoiar as empresas de turismo e se as empresas do nosso estudo estão a recorrer a estas medidas.

A recolha de dados, que será objeto de aprofundamento na secção de metodologia, assentou na realização de inquéritos por questionário às empresas turísticas da região, durante o mês de maio de 2020.

## 2. Metodologia

A presente investigação assume como objetivo central a análise do impacto que a pandemia COVID-19 teve nas empresas turísticas do Alto Alentejo durante a denominada primeira vaga e das respostas existentes por parte dos poderes públicos no sentido de atenuar as consequências daí decorrentes.

No sentido de dar resposta aos objetivos formulados, adotámos uma abordagem metodológica assente na aplicação de um estudo exploratório, método que permite a análise de dados de diferentes naturezas recolhidos por diferentes métodos (Gillham, 2000) sobre um fenómeno contemporâneo no seu contexto real (Yin, 2014).

Numa primeira fase, recorreremos a dados estatísticos disponibilizados por diversas fontes oficiais para caracterizar a evolução do turismo no Alto Alentejo e perceber a dinâmica empresarial da região e os principais instrumentos de intervenção estratégica no setor, apresentando uma síntese dos mais relevantes desenvolvidos por entidades públicas.

Numa segunda fase, entendemos que seria pertinente perceber de que forma as empresas existentes no território foram afetadas pela pandemia da COVID-19 e pelas medidas de contingência adotadas pelo Governo. Para alcançar este objetivo, realizamos um questionário *online* às empresas, dirigido aos seus proprietários ou gestores, utilizando a plataforma Google Formulários, pretendendo desta forma assegurar o alcance de um maior número de destinatários num reduzido período de tempo (Jennings, 2001; Levefer, Dal & Matthíasdóttir, 2006).

Dada a natureza exploratória do estudo, o questionário foi desenhado com base na revisão de literatura efetuada (Hill & Hill, 2000), integrando maioritariamente, questões fechadas, que pretendiam: a) caracterizar as empresas (ramo de atividade, localização, tipo de propriedade, número de trabalhadores); b) identificar problemas resultantes da

pandemia (encerramento, ajustamento de preços ou serviços, quebras de faturação); c) inventariar medidas de mitigação adotadas pelas empresas.

A aplicação deste questionário, realizada durante o mês de maio de 2020, contou com a colaboração dos alunos do 1º ano da Licenciatura em Turismo do Instituto Politécnico de Portalegre. Inicialmente, foi realizado um levantamento das empresas do setor turístico existentes no Alto Alentejo, por meio de pesquisa no site das associações empresariais e no Registo Nacional do Turismo (RNT). Em seguida, o contacto com as empresas foi feito através de e-mail e chamada telefónica, para apresentar os objetivos da investigação e solicitar que os proprietários ou responsáveis pela gestão respondessem ao questionário.

No total, foram obtidas e validadas 52 respostas de empresas que atuam em ramos diferentes do setor turístico no Alto Alentejo.

### 3. Revisão da literatura

#### 3.1 Território, Políticas Públicas e Turismo: Algumas Considerações de Enquadramento

A heterogeneidade territorial de Portugal tem sido apontada nas ciências sociais em geral como uma característica estruturante da sociedade portuguesa (Almeida, 2017; Ferrão, 2016; do Carmo, 2014).

Esta heterogeneidade não deixa de se reconfigurar à luz da mudança social provocada pelas dinâmicas da sociedade portuguesa, requerendo a atualização permanente da investigação. Estamos perante uma questão complexa, podendo ser abordada das mais diversas formas, algo que exige um volume apreciável de pesquisas para a sua compreensão. Neste particular, assumem especial relevância as possíveis reconfigurações geradas por força dos impactes socioeconómicos e culturais proporcionados pelo turismo, designadamente nos territórios de baixa densidade e transfronteiriços, periféricos aos grandes centros urbanos e cosmopolitas.

Compreender o lugar e o papel socioeconómico e cultural produzido pelas dinâmicas turísticas, com impacto no território, afigura-se um vetor de análise com potencial analítico para a compreensão das transformações do território. Um possível ponto de partida para esse exercício conduz-nos necessariamente à análise dos processos de desenvolvimento territorial a partir do papel que as políticas públicas assumem neste domínio.

Um olhar mais incisivo dirigido à realidade social e territorial portuguesa permite observar um conjunto de transformações, que têm vindo a reconfigurar os territórios, quer de matriz urbana, quer rural, numa sociedade portuguesa ainda numa fase de modernização inacabada (Costa et. al., 2015; Mauritti et. al., 2016a), agravada com a crise global e a austeridade (Blyth, 2013; Carmo, Nunes & Ferreira, 2016; Geiselberger, 2017; Matsaganis & Leventi, 2014; Rodrigues, Figueiras & Junqueira, 2016).

Com efeito, existe hoje o reconhecimento de uma significativa mudança estrutural da sociedade portuguesa, resultante dos processos de recomposição social verificados ao longo das últimas décadas, os quais têm vindo a contribuir para acentuar assimetrias

internas ao país. Em resultado destas dinâmicas, os territórios rurais, por exemplo, apenas acompanharam parcialmente muitas das mudanças ocorridas nos territórios urbanos (do Carmo, 2014; Diogo, Silva & Palos, 2017; Ferrão, 2016a; Ferrão & Delicado, 2017). Entre essas transformações, são exemplos significativos, especificamente para o caso das regiões periféricas, muitas delas de matriz rural, dada a sua extensão e intensidade, o declínio da atividade económica (agrícola e também industrial), o envelhecimento e o despovoamento, reforçados por dinâmicas migratórias e alterações profundas nas configurações das classes sociais, das estruturas familiares e das relações entre gerações (Pinto & Queirós, 2010).

Esta alteração dos padrões de criação de riqueza e de desenvolvimento conduziu em muitas regiões à redefinição das suas estratégias e desenvolvimento, muitas delas decorrentes de um novo paradigma que obriga as regiões menos densamente povoadas e economicamente desajustadas dos padrões económicos dominantes a enfrentar um conjunto de novos desafios.

É justamente neste ponto que a existência de políticas públicas, articuladas e convergentes para o desenvolvimento destes territórios, desenhadas e atuantes a partir de vários domínios cruzados, incluindo a economia, a criação de emprego, a qualificação/educação, a transferência de conhecimento, a rede de transportes, a segurança pública, o acesso a serviços médicos e a bens e serviços culturais, constituem apenas alguns setores estratégicos, a partir dos quais (e nos quais) a estruturação dos processos de desenvolvimento dos territórios de baixa densidade são hoje objeto, tanto de análise técnico-científica, como de decisão política (nacional, regional e local).

A nível nacional, por exemplo, podemos afirmar que é à Administração Central que cabe a responsabilidade de definir a política de turismo, a qual surge muitas vezes traduzida num plano estratégico com um horizonte temporal específico. No âmbito dessa política, cabe a identificação do papel do turismo no contexto da economia nacional; a definição dos objetivos a atingir nos planos nacional e dos objetivos específicos para cada região; a delimitação do modelo organizacional e administrativo; o papel dos atores públicos e privados na concretização dos objetivos e ainda das políticas para setores específicos em torno do turismo, como é o caso da política fiscal, da política de comunicação e marketing, entre outras.

Neste sentido, é reconhecida à Administração Central a competência para a definição da política global de turismo, sem prejuízo de uma posterior divisão de responsabilidades e de competências de forma descentralizada a nível regional e local.

Atendendo ao impacto socioeconómico e cultural gerado pelo turismo, há um amplo reconhecimento deste último para o desenvolvimento regional/local. Aliás, esta constatação há muito tempo que é disseminada pela Organização Mundial de Turismo (WTO, 1998), reconhecendo que um dos benefícios económicos do turismo se expressa, não só na sua capacidade de gerar riqueza na área onde se desenvolve, mas também na sua contribuição para o equilíbrio regional de um país.

Vários fatores concorrem para esta leitura, incluindo a capacidade que o turismo tem em potenciar os recursos endógenos de uma determinada região, conferindo-lhe valor económico e potenciando a sua divulgação e valorização. Por outro lado, a nível regional, o investimento gerado pela atividade turística proporciona outros tipos de



investimento complementares, num conjunto de infraestruturas de suporte ao desenvolvimento turístico de uma região (nas vias de acesso, nas redes de saneamento básico, no florescimento do comércio local, na instalação de serviços públicos e na melhoria das condições de vida das populações autóctones).

Este tipo de investimentos, enquadrados nos planos nacionais e regionais, promovem, em última instância, uma transferência de rendimentos das regiões emissoras de turistas para regiões mais desfavorecidas, muitas vezes localizadas em territórios do interior do país, de baixa densidade, constituindo, desse modo, janelas de oportunidade para a revitalização económica e social desses mesmos territórios, gerando igualmente uma distribuição mais equitativa da riqueza entre regiões menos desenvolvidas e atenuando, por essa via, as desigualdades que tendem a persistir nesses mesmos territórios.

Face ao exposto, tanto a nível nacional, como regional/local, o turismo surge cada vez mais associado a processos de desenvolvimento territorial, catalisador das economias nacionais e locais, cujas especificidades requerem uma intervenção e acompanhamento permanentes, em sede de planeamento e de avaliação, por parte do Estado e das políticas públicas. Todavia, os impactos do turismo também podem ser desastrosos e, em alguns casos, irreparáveis. No mundo em geral, inclusive em Portugal, há exemplos de danos provocados pelo turismo na sociedade, como o aumento da poluição ambiental, a especulação imobiliária de centros históricos e a descaracterização da cultura local (Costa, Umbelino, Calisto, Nunes & Afonso, 2020). O desafio que se coloca, portanto, ao investir no turismo, será conseguir maximizar os seus impactos positivos e, ao mesmo tempo, evitar ou pelo menos minimizar os seus impactos negativos (Jenkins, Hall & Mkono, 2014). Essa tarefa em princípio aparenta ser simples, mas é bastante complexa, especialmente em regiões periféricas. Apesar de existirem nessas regiões atrações naturais e culturais com grande potencial turístico, a população que nelas reside geralmente enfrenta sérias dificuldades de ordem económica e social (Coriolano, 2006).

Neste sentido, as políticas públicas assumem um papel central na gestão dos processos de desenvolvimento motivados pelos investimentos no setor do turismo, cabendo ao Estado a definição e regulação das medidas legais necessárias para enquadrar matérias como a saúde pública e segurança, o ambiente e proteção do consumidor, a criação de infraestruturas básicas de suporte ao desenvolvimento (ex. acessibilidades, energia, saneamento), a distribuição dos benefícios económicos do turismo; a preservação dos recursos culturais e naturais; a dinamização do emprego e a ajuda ao desenvolvimento de regiões periféricas de baixa densidade, a criação de mecanismos de apoio às entidades que operam no setor em conjunturas económicas menos favoráveis, entre outras valências.

Este papel regulador do Estado afigura-se ainda mais necessário em determinadas fases conjunturais como a que neste momento impera a nível nacional e internacional. É sobre este ângulo de análise que se dedica os próximos capítulos deste texto.

### 3.2 O Impacto da COVID-19 no Turismo Mundial

Em fevereiro de 2020 surgiram em Portugal as primeiras notícias sobre uma doença (COVID-19) associada a um novo coronavírus (SARS-CoV-2), que teve o seu início na China em dezembro de 2019 e rapidamente se alastrou a outros países. Em março e abril o número de casos e de países afetados cresceu exponencialmente, tendo-se registado, em 15 de abril, aproximadamente 2 milhões de infetados em cerca de 200 países (ECDC, 2020).

Na ausência de uma vacina ou de medicamentos capazes de tratar esta doença, os países foram forçados a implementar medidas de contenção para prevenir o contágio e aumento de pessoas infetadas, que passaram pelo distanciamento social e restrição da mobilidade. Os impactos sociais da pandemia, bem como as medidas tomadas para minimizar a sua expansão foram, no entender de Nair e Sinha (2020), extremas.

O confinamento obrigatório, o fecho de fronteiras, o encerramento de escolas e universidades, o encerramento de empresas e o cancelamento de eventos, foram outras medidas que tiveram um impacto imediato na economia em geral e no turismo em particular, provocando uma “onda de choque económico, social e laboral, afetando toda a oferta e procura de produtos” (Deb & Nafi, 2020, p. 1486). Como argumentam Gossling et al. (Gossling, Scott & Hall, 2020), estas medidas causaram as mais graves perturbações na economia mundial desde a Segunda Guerra Mundial, com as proibições de viagens internacionais a afetar mais de 90% da população mundial. Como defende Papanikos (2020), a pandemia atingiu gravemente a indústria do turismo ao encerrar completamente a oferta e a procura de serviços turísticos. Segundo o autor, “não foi a economia que determinou o resultado do mercado turístico, mas sim a epidemiologia. Não foi a mão invisível do mercado, mas sim o vírus invisível” (Papanikos, 2020, p.88).

Os esforços governamentais para tentar conter a epidemia conduziram, como já foi referido, a restrições às viagens, aos níveis internacional, regional e até local, provocaram um efeito de retração do turismo internacional, doméstico e das visitas do próprio dia (excursionistas), afetando vários segmentos do sistema turístico, como as companhias aéreas, as companhias de cruzeiros, outros transportes públicos, o setor do alojamento, restaurantes, cafés, organizadores de eventos (culturais, desportivos e de negócios), festivais, lojas de recordações e outros negócios direta ou indiretamente ligados ao turismo.

Subitamente, e como é referido por Higgins-Desbiolles (2020), de uma discussão sobre a existência de turismo em excesso (*overtourism*), o setor foi catapultado para o colapso. As fronteiras foram fechadas, as viagens foram proibidas, as atividades sociais foram reduzidas e foi dito às pessoas que ficassem nas suas casas. Em muitas cidades, nomeadamente na Europa, passou-se de um excesso de visitantes, para cenários vazios de visitantes, o que demonstra que as preocupações com a segurança, neste caso sanitária, são um fator crucial na atratividade dos destinos.

Analisando outras situações extremas e excecionais anteriores desde o início do século XXI, como os atentados do 11 de setembro de 2001 nos EUA, o síndrome respiratório agudo (SARS) em 2003, a crise económica e financeira de 2008, a gripe suína em 2009, o síndrome respiratório do Médio Oriente (MERS) em 2015, verifica-se,

como reportam Gossling et al. (Gossling, Scott & Hall, 2020) que nenhuma teve um impacto tão significativo e, acreditamos, duradouro como a COVID-19. A atual crise sanitária, tendo em consideração a dimensão e a dinâmica do mercado global de viagens, as restrições impostas, a distribuição geográfica da pandemia e o seu impacto económico, provocou uma diminuição de 74% nas chegadas de turistas internacionais e uma perda estimada de 910 mil milhões de dólares em receitas atribuídas ao turismo internacional (exportações) e colocará em risco entre 100 a 120 milhões de empregos diretos no turismo (UNWTO, 2020d).

Em abril de 2020, a OMT (UNWTO, 2020a) afirmou que "o nosso setor foi o mais atingido pela crise" e propôs uma agenda para a recuperação. O desemprego crescente, os prejuízos económicos e a instabilidade e a dimensão sem precedentes das intervenções governamentais para fazer face à crise económica apontam para uma quebra significativa nas viagens, turismo e hospitalidade, que são os pilares de muitas economias em todo o mundo.

As pequenas e médias empresas têm sido das mais afetadas pela pandemia na medida em que, como argumenta a OCDE (OECD, 2020), possuem recursos mais escassos e deparam-se com maiores obstáculos no acesso ao capital, o que torna mais curto o período de tempo em que conseguem sobreviver nestes tempos de grandes constrangimentos.

A partir de maio, de acordo com uma sistematização da OCDE (OECD, 2020), vários países começaram gradualmente a levantar as restrições às atividades turísticas. Restaurantes e cafés começaram a funcionar, sujeitos a novas medidas de segurança e higiene, as companhias aéreas começaram a operar novamente alguns voos e as fronteiras reabriram em diversos locais. Todavia, a reabertura do setor revela-se mais difícil que o seu encerramento e requer um equilíbrio delicado, na medida em que se por um lado o turismo foi fortemente afetado pela pandemia, por outro lado os fluxos turísticos podem contribuir para a disseminação do vírus e colocar em causa a confiança dos consumidores em relação à segurança dos destinos.

A OMT (UNWTOc), elenca as medidas que os diversos países adotaram para fazer face aos impactes da pandemia, que se centraram em apoios fiscais e financeiros às PME e na proteção ao emprego. Dos 220 países analisados por esta organização, 167 reportaram terem tomado medidas específicas para atenuar os efeitos da crise e acelerar a recuperação. Destes, 144 implementaram políticas fiscais e monetárias. A OMT aponta Portugal como um dos países que aprovaram subsídios ou cofinanciamento de custos para eventos adiados ou cancelados e até ao montante das despesas incorridas. Também salienta o desenvolvimento de programas de formação *online*, *workshops*, *webinars* e reuniões, destinados a ajudar as empresas a enfrentar os efeitos da COVID-19 e prestar aconselhamento aos empregadores afetados pela crise, com especial atenção à transformação digital e à necessidade de atualizar as competências digitais.

Nos países muito dependentes do turismo, foram adotadas medidas para restaurar o setor assentes em novos protocolos de segurança e estímulo à procura interna. De acordo com a OMT (UNWTO, 2020c), estas medidas foram adotadas inicialmente na Europa, seguindo-se a Ásia e o Pacífico.

A Comissão Europeia (2020), em maio, emitiu diversas recomendações no sentido de restabelecer de forma segura as viagens e relançar o turismo europeu, tendo em conta a segurança dos viajantes e a reabertura dos negócios turísticos. No que concerne às empresas, a União Europeia (UE) desenvolveu programas de financiamento para apoiar as PME e o emprego, como o programa SURE, que ajuda os Estados-Membros a financiar os custos dos regimes nacionais de redução do tempo de trabalho e medidas semelhantes que permitam às empresas preservar os postos de trabalho.

Para aumentar a confiança do consumidor e estimular a retoma das viagens, o World Travel & Tourism Council lançou o selo “Safe Travels”, tendo Portugal sido o primeiro país europeu a obtê-lo. Também em Portugal foi criado um selo com objetivos semelhantes, como se referirá na secção seguinte.

Em abril de 2021<sup>1</sup>, o Comité de crise da UNWTO, aprovou a proposta do *Digital Green Pass* apresentada pela União Europeia como um exemplo de trabalho conjunto e a ser seguido em outras regiões mundiais. A OMT encontra-se, igualmente, a desenvolver um Código Internacional para a Proteção de Turistas com o objetivo de restaurar a confiança nas viagens internacionais.

### 3.3 Impactos da COVID-19 no Turismo em Portugal e Medidas Implementadas para Fazer Face à Pandemia

Portugal é um país muito dependente do turismo em termos económicos e, nos últimos anos, tem apresentado resultados muito positivos nos seus vários indicadores, como atestam os relatórios estatísticos publicados por entidades como o Instituto Nacional de Estatística e o Turismo de Portugal (Instituto Nacional de Estatística, 2019a; Turismo de Portugal, 2019).

Em 2018, observa-se que apesar dos resultados demonstrarem uma desaceleração no ritmo de crescimento do turismo em comparação com anos anteriores, os números alcançados pelos principais indicadores de avaliação do setor (hóspedes, dormidas, taxa de ocupação, capacidade da oferta, receitas) mantiveram uma curva ascendente de crescimento.

Após anos de crescimento e previsões de que 2020 seria o melhor ano de sempre para o turismo português, acontece o inesperado e Portugal, tal como todos os restantes destinos mundiais, vê-se confrontado com uma pandemia de efeitos globais, com elevado grau de contágio e que obrigou a medidas extremas para a sua contenção.

Portugal foi apontado durante os primeiros meses de pandemia como um exemplo de boas práticas no controle da mesma, tendo conseguido manter o número de casos dentro de um limite comportável pelo Sistema Nacional de Saúde. Porém, e à semelhança de outros países, em março de 2020 foi imposto o confinamento, com o encerramento de escolas, serviços e empresas, o que teve um impacto considerável na economia nacional.

Os fluxos turísticos previstos para a Páscoa não se concretizaram e o turismo nacional sofreu quebras significativas nos seus principais indicadores. Mesmo após o

<sup>1</sup> <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/Harmoniza%C3%A7%C3%A3o-de-protocolos-de-viagem-e-financiamento-garanta-a-sobreviv%C3%Aancia-das-empresas-do-setor-do-turismo.aspx> (consultado em 3 junho 2021).

confinamento, e após a abertura gradual de várias empresas turísticas, desde o alojamento, à restauração e animação, o setor apresentou quebras dramáticas face ao período homólogo do ano anterior. Refira-se que, segundo o INE (junho 2020), cerca de 70% dos estabelecimentos terão permanecido fechados ou não registado movimento em maio. Também os principais apresentaram decréscimos superiores a 90% (INE, 2020).

Algumas medidas foram implementadas pelas instituições nacionais para mitigar os efeitos da COVID-19 e aumentar a perceção de segurança dos consumidores nos produtos e serviços turísticos. O Turismo de Portugal criou o selo Clean&Safe que foi sendo alargado a todos os setores da atividade turística. Inicialmente dedicado ao alojamento tradicional, empresas de animação e restauração, em maio foi concedido acesso a esta certificação ao alojamento local e, mais tarde no mesmo mês, aos guias intérpretes<sup>2</sup>.

O mercado interno apresenta-se como uma alternativa para os destinos nacionais, esperando-se que a sua recuperação seja mais rápida, de acordo com o previsto pela UNWTO e pela OCDE. Os dados do INE apresentados confirmam o contributo dos residentes para a recuperação do turismo. O Alentejo, em particular, tem conhecido um aumento da procura, concretamente nas unidades de TER, que se apresentam como mais seguras, restritas em termos de visitantes e com espaços propícios a um usufruto mais individualizado<sup>3</sup>. Segundo dados do INE (2020, junho), o Alentejo foi a região onde se registaram menos cancelamentos de reservas nos estabelecimentos de alojamento (47,2%).

O INE também analisou o impacto da COVID 19 nos estabelecimentos turísticos e 62,6% dos respondentes assinalaram que a pandemia motivou o cancelamento de reservas agendadas para os meses de junho a outubro de 2020 (estes estabelecimentos representam 78,6% da capacidade da oferta dos estabelecimentos respondentes).

A Região Autónoma dos Açores foi a região que apresentou maior peso de estabelecimentos com cancelamentos de reservas (94,1% dos estabelecimentos e 91,3% da capacidade oferecida), seguindo-se o Algarve (79,2% e 89,6%, respetivamente), a Região Autónoma da Madeira (76,5% e 91,3%, pela mesma ordem) e a Área Metropolitana de Lisboa (73,8% e 84,6%, respetivamente).

No segmento da hotelaria, os estabelecimentos com cancelamentos de reservas devido à pandemia COVID-19 representaram 78,8% do total (85,3% da capacidade oferecida). No alojamento local, estes estabelecimentos corresponderam a 60,8% do total (63,4% da capacidade oferecida) e no TER e Turismo de Habitação (TH) representavam 50,6% do total (54,6% da capacidade).

Importa realçar que a aplicação de medidas necessárias de distanciamento social, de higiene e limpeza dos estabelecimentos, tiveram consequências na capacidade dos mesmos, nomeadamente, dos estabelecimentos de alojamento. Como reporta o INE

<sup>2</sup> [https://www.publituris.pt/2020/05/22/guias-interpretes-tambem-ja-podem-aderir-ao-selo-clean-safe/?fbclid=IwAR3by09rqIZ\\_pnR99u6X1YMZlQ6Y4A2J2s\\_GAqXlcyhPsmFsT2H4vEkbKPw](https://www.publituris.pt/2020/05/22/guias-interpretes-tambem-ja-podem-aderir-ao-selo-clean-safe/?fbclid=IwAR3by09rqIZ_pnR99u6X1YMZlQ6Y4A2J2s_GAqXlcyhPsmFsT2H4vEkbKPw) (consultado em 22 maio 2020).

<sup>3</sup> Em conversas entre os autores do artigo e o Presidente da Entidade Regional do Alentejo e Ribatejo (na Webconference Comunicar o Turismo em Tempos de Covid, realizada em 28 de maio de 2020), o Presidente da Associação Lugares da Serra Alentejana e a Diretora do Hotel Vila Galé Alter Real (numa reunião realizada no âmbito da avaliação de estágios da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais de Portalegre), foi mencionada esta tendência e referidas taxas de ocupação nas unidades TER muito próximas dos 100%.

(2020), 49,1% das empresas referiram que a capacidade oferecida pelo estabelecimento iria ser reduzida.

Na hotelaria, 57,5% dos estabelecimentos admitiram que estas medidas implicaram a redução da capacidade oferecida, enquanto no AL e no TER e TH esta proporção foi de 46,7% e 45,1%, respetivamente.

No que concerne a medidas de apoio às empresas, o Governo<sup>4</sup> criou diversas linhas de apoio à economia, nomeadamente para *lay off*, moratórias de crédito, apoios à tesouraria, teletrabalho, empresários em nome individual, diferimento de impostos e contribuições, sócios-gerentes e *startups*.

Campanhas promocionais foram desenvolvidas quer pelo Turismo de Portugal, quer por algumas regiões, procurando reforçar a confiança do consumidor nos seus destinos. O Turismo de Portugal criou a Linha de Apoio à Tesouraria para Microempresas do Turismo - COVID-19, uma nova linha de financiamento dirigida às microempresas turísticas que demonstrem reduzida capacidade de reação à forte retração da procura que se tem registado.

Porém, e analisando os resultados de um questionário elaborado pelo Turismo de Portugal durante a segunda quinzena de junho, não foram muitas as empresas que recorreram às linhas de apoio à economia enunciadas. Apenas 22% das empresas já beneficiaram da suspensão do pagamento de obrigações fiscais e contributivas, 20% da moratória ao pagamento de juros e capital de créditos já existentes e 13% do acesso a novos créditos com juros bonificados ou garantias do Estado. Por setor, o *Alojamento e Restauração* apresentou a maior percentagem de empresas que recorreram às medidas de apoio, sendo que 42% já beneficiaram da suspensão do pagamento de obrigações fiscais e contributivas, 27% beneficiaram da moratória e 23% recorreram ao acesso a novos créditos.

#### 4. Caracterização do Território em Estudo e Evolução do Turismo

O Alto Alentejo é um território de fronteira situado na região Alentejo, NUT II Alto Alentejo, constituída por 15 concelhos: Alter do Chão, Arronches, Avis, Campo Maior, Castelo de Vide, Crato, Elvas, Fronteira, Gavião, Marvão, Monforte, Nisa, Ponte de Sôr, Portalegre e Sousel. Abrange uma área de 6.065 km<sup>2</sup>, possui uma população de 105.479 habitantes e uma densidade populacional de 17,3 hab/km<sup>2</sup> (INE, 2018b), o que representa um decréscimo face ao número de habitantes constante dos Censos de 2011 (118.488) e face à densidade populacional (18,4 hab/km<sup>2</sup>) (Censos 2011 *in* CIMAA, 2020<sup>5</sup>).

A elevada predominância de idosos e o progressivo envelhecimento, com um índice de envelhecimento de 232,4% (INE, 2018b), a par de uma baixa escolarização, revelam-se fatores críticos para a região, em particular para o seu tecido socioeconómico (ainda com uma predominância do setor primário), empreendedorismo e desenvolvimento.

Relativamente à dinâmica turística da região, podemos observar, em termos evolutivos, e no período entre 2014 e 2017, que apesar do número de estabelecimentos

<sup>4</sup> Turismo de Portugal. <https://covid19estamoson.gov.pt/medidas-de-apoio-emprego-empresas/> (consultado em 3 de agosto de 2020)

<sup>5</sup> <http://www.cimaa.pt/a-regiao-alto-alentejo/caracterizacao-da-regiao> (consultado em 4 agosto 2020)

ter aumentado de forma relativamente gradual, a capacidade de alojamento registou uma evolução relativamente irregular, com períodos de crescimento entre 2014 e 2016, a seguir aos quais se regista, em 2017, uma quebra acentuada (INE, 2015, 2016, 2017, 2018).

A procura turística no Alto Alentejo tem vindo a crescer, atingindo as 346.116 dormidas em 2017 (INE, 2019b), acompanhando a tendência de crescimento do Alentejo.

No que concerne à estada média, no período entre 2014 e 2017, verifica-se um ligeiro aumento, passando o valor da estada média de 1,6 noites em 2014 para 1,7 noites. Na região do Alentejo a estada média manteve-se constante no período em análise (1,8 noites) (INE, 2019b).

Em relação aos hóspedes, verifica-se que são os portugueses que mais procuram os estabelecimentos de alojamento da região, seguindo-se os mercados espanhol, francês e americano. No período entre 2014 e 2017 registou-se um aumento da proporção de hóspedes estrangeiros.

## 5. Políticas Públicas no Âmbito do Turismo para a Região

No âmbito do atual ciclo de apoios comunitários (2014-2020), a Turismo do Alentejo (e Ribatejo), E.R.T., na sua qualidade de entidade responsável pela gestão integrada do destino turístico Alentejo, definiu um conjunto de orientações, prioridades estratégicas e eixos de intervenção, com vista à prossecução da visão definida para o turismo da região. Para tal desenvolveu o documento estratégico “Turismo do Alentejo 2014-2020” com uma visão global para a região, almejando “um destino turístico certificado ao longo de toda a cadeia de valor e reconhecido internacionalmente pela sua identidade e diferenciação das experiências oferecidas”, assentes na natureza, cultura e bem-estar. A promoção é outra preocupação, sendo dada ênfase aos canais digitais.

Na prossecução das suas responsabilidades, a Turismo do Alentejo, E.R.T. tem também promovido a elaboração de documentos estratégicos/ operacionais focados no desenvolvimento de produtos turísticos específicos<sup>6</sup>, como o Plano Estratégico de Desenvolvimento e Promoção Turística para o Enoturismo no Alentejo e Ribatejo, o Plano Estratégico para o Turismo Cinegético no Alentejo e no Ribatejo, o Catálogo de Experiências Turísticas do Património Cultural Imaterial do Alentejo e Ribatejo, o Plano de Intervenção para o Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo, o Plano Operacional de Suporte ao Desenvolvimento e Dinamização do Produto Património da Humanidade, o Plano Operacional para o Turismo Sol e Mar no Alentejo e Ribatejo e o Plano Estratégico para o Turismo Náutico no Alentejo e Ribatejo. Recentemente, em janeiro de 2020, lançou uma operação de dinamização do Turismo de Natureza, com o alargamento e consolidação do produto “Walking”<sup>7</sup>.

A CIMAA (Comunidade Intermunicipal do Alto Alentejo) é uma organização que agrega os vários municípios da região do Alto Alentejo, procurando criar sinergias e

<sup>6</sup> <https://www.visitalentejo.pt/pt/o-alentejo/quem-somos/turismo-do-alentejo-ert/atividades-e-projetos/> (consultado em 4 de agosto de 2020).

<sup>7</sup> [https://www.visitalentejo.pt/fotos/editor2/pdfs/atividades/walking\\_transalentejo\\_jan2020.pdf](https://www.visitalentejo.pt/fotos/editor2/pdfs/atividades/walking_transalentejo_jan2020.pdf) (consultado em 4 de agosto de 2020).

promover o desenvolvimento regional. Atua em diversas áreas, nomeadamente, no turismo, promovendo diversas iniciativas neste âmbito. Entre os documentos recentes mais relevantes para o sector destaca-se o Plano Operacional de Turismo do Alto Alentejo (POTAA), de maio de 2014. Que coloca a ênfase no turismo ativo, no turismo de natureza, no turismo cultural e no turismo gastronómico.

Foi também promovido pela CIMAA o desenvolvimento do programa *Alentejo Feel Nature* que dotou toda a região do Alto Alentejo de percursos pedestres de várias distâncias e níveis de intensidade.

A CIMAA é ainda a entidade responsável pela gestão e coordenação da Estratégia de Eficiência Coletiva (EEC) PROVERE InMOTION: Alentejo, Turismo e Sustentabilidade. A EEC PROVERE InMOTION identifica o turismo como foco temático, “pela sua capacidade de alavancar fatores de inovação na economia local e valorizar economicamente um conjunto alargado de recursos endógenos alguns tangíveis e outros intangíveis”.

Mais recentemente, a CIMAA promoveu a elaboração do Plano de Marketing Turístico do Alto Alentejo, realizado pela empresa SPI, apresentado publicamente em junho de 2019, mas ainda não acessível à consulta pública.

A um nível mais local, a Câmara Municipal de Portalegre, promoveu a elaboração do Plano Operacional de Turismo de Portalegre 2030.

Em resposta à situação recente de pandemia, a ERTA aliou-se à Biosphere Portugal na elaboração do Guia de Requisitos para a Certificação “Saúde & Segurança Sanitária”. Trata-se de uma ferramenta operacional para a aplicação das medidas sanitárias, nas quais se incluem as do Selo "Clean & Safe", servindo de suporte e de orientação prática para a Certificação das empresas do Setor do Turismo da Região do Alentejo e Ribatejo. Até à data, e segundo informação disponibilizada pela Biosphere aos autores deste artigo, aderiram no Alto Alentejo 15 empresas, que se encontram em processo de certificação.

Verifica-se assim que, na esfera regional e local, as principais entidades com competências em matéria de turismo têm demonstrado uma atuação dinâmica, traduzida na definição de um conjunto de programas e estratégias diversas que, vertendo os princípios orientadores definidos pelo Governo e, particularmente, pelo Turismo de Portugal, procuram estabelecer linhas de intervenção estratégica adequadas à realidade específica da região do Alto Alentejo. Parte integrante da sua missão, enquanto organizações regionais e locais do setor público, a definição destas estratégias e planos permite uma atuação mais coesa e eficiente por parte de todos os atores, incluindo os privados e associativos, aspeto da maior relevância no atual contexto, face aos desafios enfrentados pelos territórios, empresas e organizações (turísticas).

## 6. Resultados dos Questionários às Empresas

Na sequência do estudo exploratório que nos propusemos desenvolver e da análise resultante das respostas ao questionário lançado às empresas da região que operam no setor do turismo, verificamos que, das 52 empresas respondentes, a maioria são empreendimentos turísticos (48%), seguindo-se o alojamento local (29%), agentes de



animação turística (17%) e agências de viagens (6%). Obtiveram-se respostas de empresas localizadas em todos os concelhos da região em estudo.

Questionados sobre a tipologia de empresa, 69% dos inquiridos identificam-se como micro-empresa, com um máximo de nove empregados e 25% refere tratar-se de uma pequena empresa, com dez a quarenta e nove colaboradores.

A maioria das empresas possuem entre quatro a seis anos de existência (38%), não tendo enfrentado outras crises que afetaram o setor turístico como o caso da epidemia de Síndrome Respiratória Aguda Grave (SARS) em 2003 e da crise financeira mundial em 2008.

Quando questionadas sobre o impacto da COVID-19 na faturação da empresa, no primeiro trimestre da pandemia (janeiro a março), a maioria das empresas encerrou as suas atividades (19%). Por outro lado, 17% afirmou que o impacto na faturação da empresa foi de até 75% de quebra; 15% referiu uma quebra até 50% e, por fim, 15% das empresas reconheceram quebras na faturação na ordem dos 25%. Apenas 13% das empresas afirmaram não terem sido afetadas.

Em relação aos produtos comercializados, mais de metade das empresas manteve os preços dos produtos (58%), 19% decidiu reduzir os preços, 21% ainda não tomaram qualquer decisão em relação a este aspeto e apenas 2% decidiu, em sentido inverso, aumentar os preços.

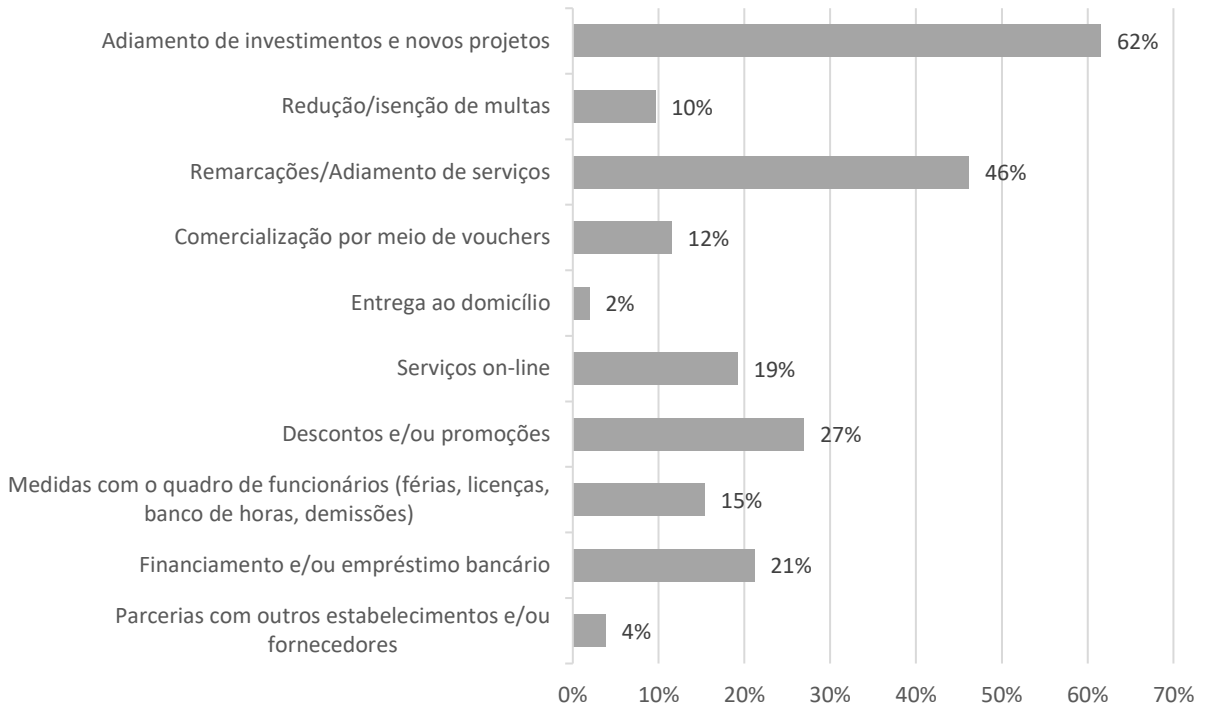
Inquiridas sobre a previsão de faturação durante o resto do ano de 2020, 25% das empresas prevê uma redução da faturação/receita anual superior a 75%, 17% prevê uma redução de 51 a 75% e 37% uma redução no intervalo entre 26% a 50%. Apenas 10% prevêem que a sua faturação se manterá estável.

A maioria das empresas acredita que somente em 2021 haverá recuperação do seu negócio (48%) e 19% acredita mesmo que somente após 2021 a retoma ocorrerá.

Em relação aos colaboradores da empresa, 90% das empresas inquiridas reponderam que ainda não demitiram ninguém em consequência da pandemia, enquanto que 10% afirma já o ter feito. Destas, 40% dispensou um trabalhador, 20% dois trabalhadores e 40% três trabalhadores.

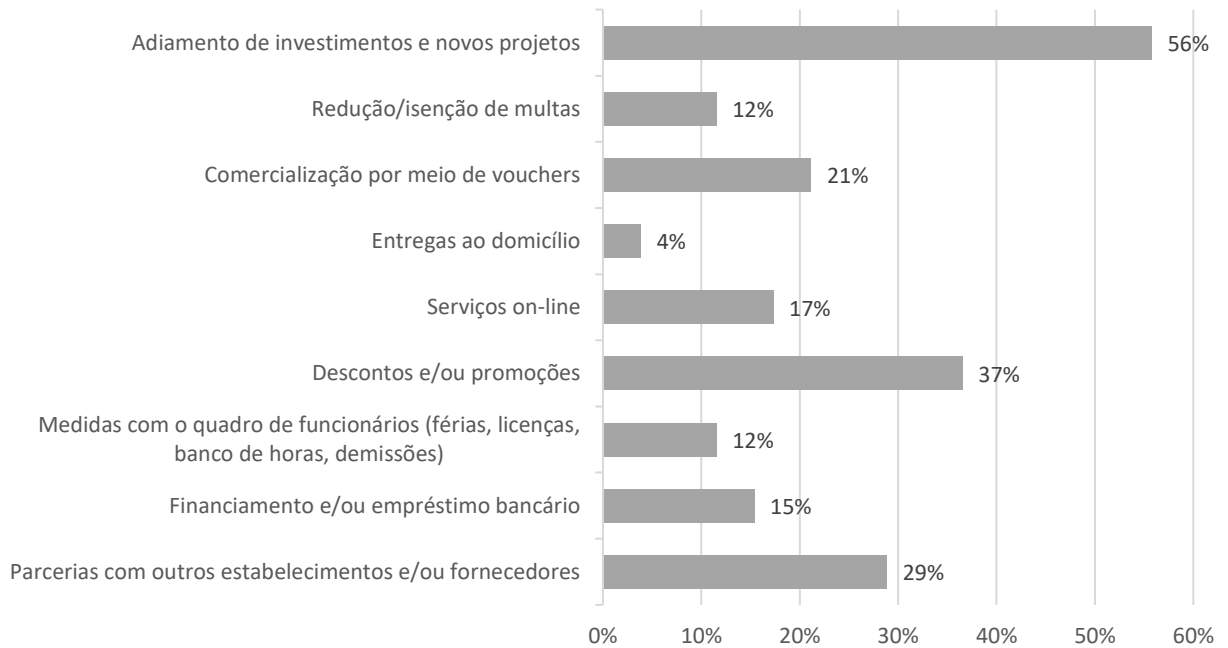
Prolongando a análise, verifica-se que 62% das empresas não aderiram ao teletrabalho, não tendo nenhum trabalhador neste regime, ao passo que apenas 8% aderiram totalmente a este regime.

Nas medidas de mitigação adotadas e mais vezes mencionadas para fazer face ao impacto da COVID-19, até finais de abril, foram o adiamento de investimentos e novos projetos (62%) e as remarcações/ adiamento de serviços (46%). Adicionalmente, 27% referiu que efetuou promoções e descontos e 15% recorreram a financiamento ou crédito bancário, tal como se pode observar na figura 1.



**Figura 1.** Medidas de mitigação adotadas pelas empresas até finais de abril  
 Fonte: elaboração própria.

Após o final do mês de abril, quando questionadas sobre as medidas a adotar nos próximos meses, as empresas indicaram que iriam atuar maioritariamente (56%) ao nível do pessoal (férias, licenças, banco de horas, demissões), seguindo-se os descontos e promoções (37%), além da concretização de parcerias com outros estabelecimentos ou fornecedores.



**Figura 2.** Medidas de mitigação adotadas pelas empresas a partir de abril  
 Fonte: elaboração própria.

Quando questionados sobre os apoios governamentais mais relevantes para a sua situação, a maioria menciona a redução dos impostos, nomeadamente o IVA (40%) e o IRC (37%). Acresce o facto de 19% das empresas mencionarem o recurso a empréstimos e 8% ainda não avaliou a situação.

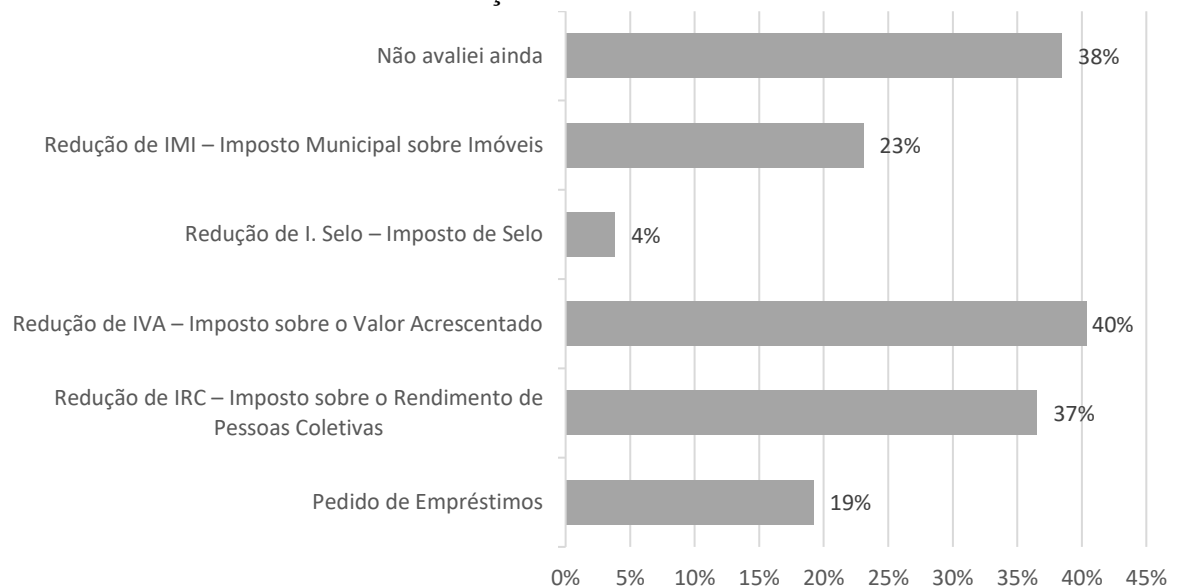


Figura 3. Medidas de apoio governamental mais relevantes para o 2º semestre de 2020

Fonte: elaboração própria.

Quando inquiridas sobre o conhecimento detido sobre as medidas disponibilizadas pelo governo para fazer face à pandemia, 50% afirma terem um médio conhecimento das mesmas e 38% muito conhecimento. Apenas 6% afirma total desconhecimento.

A maior parte das empresas ainda não avaliou a necessidade de vir a recorrer a um empréstimo ou ajuda financeira para fazer face à pandemia (52%), enquanto que 35% afirmaram que não haveria necessidade de o fazer, contra 13% que responderam afirmativamente a esta questão.

Relativamente à capacidade atual em termos de capital para fazer face à pandemia, verifica-se que 27% das empresas acredita ter capital próprio para se financiar até 6 meses, 17% até 4 meses, 15% até 2 meses e apenas 17% mais de 6 meses. As restantes empresas (21%) não souberam responder a esta questão.

## 7. Conclusões

Este artigo apresentou uma reflexão sobre a importância do papel do Estado na competitividade das empresas e dos destinos turísticos. A sua ação, através de políticas públicas criadas para estimular o crescimento e desenvolvimento sustentável do setor turístico, revela-se crucial, principalmente em circunstâncias atípicas como a que assistimos, devido à pandemia, e que colocam em causa a viabilidade das empresas do setor, e a consequente atratividade dos destinos. Em todo o mundo os destinos foram afetados, com previsão de quebras próximas dos 80% nas chegadas internacionais de turistas e com a retoma difícil de prever.

Regiões de interior, fronteiriças, com baixa densidade populacional e massa crítica, como o Alto Alentejo, enfrentam desafios acrescidos devido às características do seu território. O turismo tem sido um setor em crescimento e o investimento público e privado têm dado origem ao surgimento de novos negócios e à criação de postos de trabalho. Tem sido, igualmente, alvo de planos e políticas de desenvolvimento promovidas pelas entidades públicas com responsabilidades neste setor, como a CIMAA, a Entidade Regional de Turismo e as Câmaras Municipais, com o intuito de estimular o investimento e desenvolver produtos turísticos baseados nos recursos endógenos da região, nomeadamente aqueles relacionados com a natureza, os vinhos, a cultura e património e o sossego que esta região proporciona.

Quando se procedeu ao encerramento, quer das fronteiras, quer de empresas turísticas no mês de março de 2020, temeu-se o encerramento definitivo das mesmas, por falta de capacidade financeira para fazer face à perda de receita. As entidades públicas nacionais e regionais atuaram no sentido de prestar apoios financeiros a estas empresas (a nível nacional) e mediante a certificação do destino, para aumentar a confiança do consumidor e assegurar que as suas empresas cumprem os requisitos sanitários necessários a uma estadia segura.

Mediante dados recolhidos através do questionário enviado às empresas turísticas da região, confirmamos que as empresas turísticas a operar neste território no setor do turismo são de pequena dimensão e com um número reduzido de colaboradores.

Em geral, os resultados do estudo de caso desenvolvido vão ao encontro das perceções e estimativas publicadas por entidades como a OCDE ou a OMT, já referidas, dando nota das quebras registadas na procura turística, e conseqüentemente, nos resultados e receitas das empresas que operam no setor.

As empresas respondentes são relativamente recentes, pelo que esta pandemia é a primeira crise que enfrentam na sua existência, verificando-se que esta gerou um impacto significativo na faturação destas empresas durante os primeiros meses do ano. Contudo, apesar da quebra nas receitas, as medidas adotadas foram moderadas (gestão do pessoal, promoções, adiamento de investimentos, parcerias), sendo reduzida a intenção de recorrer a financiamentos, créditos bancários ou outras medidas de apoio públicas disponibilizadas pelo governo e revelando estas empresas uma capacidade de enfrentar a situação a curto prazo com capitais próprios. A maioria das empresas acredita que em 2021 a situação melhorará, o que revela uma confiança na evolução da procura para o território.

A evolução no comportamento do consumidor aponta, aliás, para um incremento da procura de regiões menos massificadas, de unidades de alojamento de menor dimensão inseridas em ambientes naturais, tendência que se verificou no verão de 2020. Responsáveis pelo turismo da região<sup>8</sup> afirmam que as unidades de AL e TER praticamente lotaram no verão, em sequência da preferência dos turistas por locais calmos, com pouca densidade e que ofereciam melhores condições de segurança. Os dados do INE e do Turismo de Portugal atestam esta tendência, tendo o Alentejo sido a

<sup>8</sup> [https://www.premionacionalturismo.pt/noticias/2020-07-28-Alentejo.-O-turismo-rural-esta-praticamente-cheio?fbclid=IwAR0zj5wD1uTufP\\_o89frNb1Q6866zKVwewQKx4vsJ1COAU84jAKoiJuYIJU](https://www.premionacionalturismo.pt/noticias/2020-07-28-Alentejo.-O-turismo-rural-esta-praticamente-cheio?fbclid=IwAR0zj5wD1uTufP_o89frNb1Q6866zKVwewQKx4vsJ1COAU84jAKoiJuYIJU) (consultado em 16 de agosto de 2020).

região turística que menores quebras apresentou nos indicadores turísticos em junho (Turismo de Portugal, 2020).

Os constrangimentos habituais da região apresentam-se, agora, como fatores competitivos que devem ser explorados e potenciados não só em prol da sobrevivência das empresas, mas também como forma de incrementar a sua competitividade.

Este estudo pretendeu contribuir para uma melhor compreensão das dificuldades das empresas turísticas em tempo de pandemia e do seu recurso aos apoios e políticas criadas especificamente para atenuar os seus efeitos. Contudo, apontamos como limitação o facto de o estudo ter sido concluído em junho, pelo que seria interessante perceber como a situação evoluiu nos meses seguintes, tendo em conta que a evolução da pandemia levou os decisores dos diversos países a tomar medidas novas relativamente à mobilidade, circulação entre fronteiras e medidas impostas às empresas.

A realização deste estudo, a título exploratório e tendo em conta o alcance limitado dos seus resultados, revela-se pertinente pelo facto de chamar a atenção tanto dos agentes económicos do setor, como dos poderes públicos para os sinais que o estudo evidencia, constituindo estes dados informação útil para ter em conta na monitorização da realidade das empresa turísticas em contexto pandémico e, conseqüentemente, na antecipação de futuras medidas de apoio, uma vez que os efeitos da pandemia estão longe de estar erradicados. Assim, acreditamos que este estudo exploratório abre caminho a novas pesquisas e reflexões relacionadas com este tema, que poderão contribuir para um enriquecimento da literatura na área.

## Referências

- Almeida, M. A. P. (2017, November 20-21). *Despovoamento e territórios desiguais: políticas autárquicas e políticas centrais em tempos de mudança*. Conferência Instituições, atitudes e comportamentos políticos em tempos de mudança. Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do Instituto Universitário de Lisboa-CIES-IUL, Lisboa, Portugal.
- Blyth, M. (2013). *Austerity: The history of a dangerous idea*. New York, NY: Oxford University Press.
- Carmo, R., Nunes, N., & Ferreira, D. A. C. (2016). Desigualdades, perceções da crise e ação coletiva na Área Metropolitana de Lisboa. In F. L. Machado, A. N. Almeida & A. F. Costa (Eds.). *Sociologia e sociedade: Estudos de homenagem a João Ferreira de Almeida* (pp. 159-174). Lisboa: Mundos Sociais.
- Coriolano, L.N. (2006). *O turismo nos discursos, nas políticas e no combate a pobreza*. São Paulo: Annblume.
- Costa, T., Umbelino, J., de Lurdes Calisto, M., Nunes, S., & Afonso, V. A. (2020). Impacts of Tourism and Residents' Perceptions: A Study in the Regional Tourism Area of Lisbon. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 10(1), 28-40.
- Costa A. F., Mauritti, R., Martins, S. da C., Nunes, N., & Romão, A. L. (2015). A Constituição de um Espaço Europeu de Desigualdades. *Observatório das Desigualdades e-Working Paper*, 1/2015, 1-21. DOI 10.15847/CIESODWP012015

- Comissão Europeia. (2020, May). *Turismo e transportes: Orientações da Comissão para restabelecer de forma segura as viagens e relançar o turismo europeu em 2020 e nos anos seguintes*. [https://ec.europa.eu/newsroom/representations/item-detail.cfm?item\\_id=676832&newsletter\\_id=410&utm\\_source=representations\\_newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Portugal%20representation%20-%20News&utm\\_content=Turismo%20e%20transportes%20orientaes%20da%20Comissao%20para%20restabelecer%20viagens%20e%20&lang=en](https://ec.europa.eu/newsroom/representations/item-detail.cfm?item_id=676832&newsletter_id=410&utm_source=representations_newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=Portugal%20representation%20-%20News&utm_content=Turismo%20e%20transportes%20orientaes%20da%20Comissao%20para%20restabelecer%20viagens%20e%20&lang=en)
- Deb, S.K., Nafi, S. (2020). Impact of Covid-19 pandemic on tourism: recovery proposal for future tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. Year XIII, vol. 33, no. 4 supplement, 1486-1492. DOI 10.30892/gtg.334spl06-597.
- Diogo, F., Silva, O., & Palos, A. C. (2017). Da escola para o mundo do trabalho, perfis de transição para a vida ativa. In G. P. N. Rocha, R. Lalanda-Gonçalves & P. Damião de Medeiros (Eds.), *Juventudes: pensar e agir* (pp. 253-280). Vila Nova de Famalicão: Húmus.
- do Carmo, R. M. (2014). *Sociologia dos territórios: teorias, estruturas e deambulações*. Lisboa: Mundos Sociais.
- ECDC (2020, May). *COVID-19 pandemic*. European Centre for Disease Prevention and Control. <https://www.ecdc.europa.eu/en/covid-19-pandemic>
- Estevão, C., & Costa, C. (2020). Natural disaster management in tourist destinations: a systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*, 25, 2502.
- Ferrão, J. (2016). O território na constituição da República Portuguesa (1976-2005). (2016). Dos preceitos fundadores às políticas de território do futuro. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 123-134.
- Ferrão, J. (2016a). Ruralidades e território no capitalismo contemporâneo. Uma visão de longa duração sobre Portugal. In F. L. Machado, A. N. Almeida & A. F. Costa (Eds.), *Sociologia e sociedade. Estudos de homenagem a João Ferreira de Almeida* (pp. 229-245). Lisboa: Mundos Sociais.
- Ferrão, J., & Delicado, A. (Eds.). (2017). *Portugal social em mudança. Retratos municipais*. Lisboa: ICS-UL.
- Geiselberger, H. (Ed.) (2017). *The great recession*. Cambridge: Polity Press.
- Gillham, B. (2000). *Case Study Research Methods*. London, UK: Continuum.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623. DOI: 10.1080/14616688.2020.1757748.
- Hill, M., Hill, A. (2000). *Investigação por questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.
- INE (2020, Junho). *Atividade turística. Maio de 2020 – Estimativa rápida*. Instituto nacional de Estatística. [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdest\\_boui=441661160&DESTAQUESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=441661160&DESTAQUESmodo=2)

- INE (2019a, Julho). *Estatísticas do Turismo: 2018*. Instituto nacional de Estatística. [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=358629548&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=358629548&PUBLICACOESmodo=2)
- INE (2019b, Julho). *Anuário Estatístico do Alentejo 2018*. Instituto nacional de Estatística. [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=410493733&PUBLICACOESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=410493733&PUBLICACOESmodo=2)
- Jennings, G. (2001). *Tourism research*. Australia: John Wiley & Sons.
- Jenkins, J. M., Hall, C. M., & Mkono, M. (2014). Tourism and public policy: Contemporary debates and future directions. In A. A. Lew, C. M. Hall & A. M. William (Eds.). *The Wiley Blackwell companion to tourism* (pp. 542-555). Malden, MA: John Wiley & Sons.
- Levefer, S., Dal, M., Mathíasdóttir, A. (2006). Online data collection in academic research: advantages and limitations. *British Journal of Educational Technology*, 38(4), 574-582.
- Matsaganis, M., & Leventi, C. (2014). The distributional impact of austerity and the recession in Southern Europe. *South European Society and Politics*, 19(3), 393-412.
- Mauritti, R., & Nunes, N. (2013). Processos de recomposição social: Continuidades e mudanças. In R. M. Carmo (Ed.). *Portugal, Uma Sociedade de Classes* (pp. 29-48). Lisboa: Edições 70.
- Mauritti, R., Martins, S. da C., Nunes, N., Romão, A. L., & Costa, A. F. (2016). The social structure of European inequality: A multidimensional perspective. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 81, 75-93.
- Nair, B.B, Sinha, S. (2020). Covid-19 and future travel decisions: How do the destination-choice-based motivators redefine tourist's choices? *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 10 (2), (2020), 306-322.
- OECD (2020, June). *Tourism Policy Responses to the Coronavirus (COVID-19)*. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/>
- Papanikos, G. (2020). The impact of the Covid-19 pandemic on Greek tourism. *Athens Journal of Tourism*, 7 (2), 87-100.
- Pinto, J. M., & Queirós, J. (Eds.) (2010). *Ir e voltar. Sociologia de uma colectividade local do noroeste português*. Porto: Edições Afrontamento.
- Rodrigues, C. F. (Ed.), Figueiras, R. & Junqueiro, V. (2016). *Desigualdade de rendimento e pobreza em Portugal 2009-2014*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22 (3), 690-694.
- Turismo de Portugal. (2019, December). *Turismo em Portugal 2018*. Direção de Gestão do Conhecimento. <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo%20em%20Portugal/turismo-em-portugal-2018.pdf>
- Turismo de Portugal (2020, July). *Inquérito Rápido e Excecional às Empresas – COVID-19*. Banco de Portugal e Instituto Nacional de Estatística.

- [https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/documentos-relacionados/iree\\_20200619.pdf](https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/documentos-relacionados/iree_20200619.pdf)
- UNWTO (2020a, April 1). *Message from Madrid: Tourism and Covid-19*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/news/madrid-tourism-covid-19>
- UNWTO (2020b, March). *International Tourism and COVID-19*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>
- UNWTO (2020c, June). *How are countries supporting tourism recovery*. UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19, Issue 2. [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/BFN\\_V4.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/BFN_V4.pdf)
- UNWTO (2020d). *Tourism and Covid-19 – Unprecedented Economic Impacts*. URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>
- Yin, R.K. (2014). *Case study research. Design and methods* (5<sup>th</sup> Ed). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- WTO (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. Madrid: World Tourism Organization Publications.
- WTTC. (2020a, July). *Economic Impact Reports*. World Travel & Tourism Council. <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
- WTTC (2020b, April 24). Press releases: *WTTC now estimates over 100 million jobs losses in the Travel & Tourism sector and alerts G20 countries to the scale of the crises*. <https://wttc.org/About/News-Media/Press-Releases>